

ローカルベンチマークを活用した自社の魅力づくり

経営環境の様々な変化で経営全体を見直す機会を作る意義が高まり、経済産業省が提供するローカルベンチマークが注目されている。経済産業省が出している「ローカルベンチマークガイドブック」からポイントを説明する。

1. ローカルベンチマークとは

目の前にある課題には気づきやすい一方で、潜在的な部分にはなかなか気づきにくいものだが、企業経営に関しても「なんとなく上手くいかない」と漠然と感じているものの、その原因についてじっくりと考える機会がないという経営者も多い。

自社の経営全体を見直すには、経済産業省が提供するローカルベンチマーク（以下「ロカベン」という。）というツールが役に立つ。3枚のシートを用いて問いかけに従い進める形式だが、考える範囲は経営全般であり、非財務と財務の関連性や非財務の特長を“見える化”できるため、多くの気づきが得られる構成になっている。

イメージは企業の健康診断ツールであり、財務情報と商流・業務フローや経営者、事業、環境・関係者、内部管理体制といった非財務情報から経営全般を見直し、これまで見えていなかった自社の魅力に気づき、さらに魅力を高めていくための課題と取り組みを整えていくことができる。

2. ロカベンの効果

ロカベンを効果的に活用するためには、非財務情報をどれだけ深く考え整理できるかがポイントになる。

1度目よりも2度目、2度目よりも3度目と、取り組む度に考えが深まり、また、経営者一人で行くよりも従業員と一緒に、社内だけで考えるよりも社外の専門家と一緒にというように、回数や参加者が増えると、考えの幅が広がる。これにより今まで気がつかなかった本当の自社の姿がはっきりと見えてくる。

すでにロカベンの作成に取り組んだ企業の声が「ローカルベンチマークガイドブック企業編」に掲載されているので紹介する（図表1）。

図表1：企業の声

【社内への効果】

自社の商品・サービスを本当に必要としている方がどのような方か、何を伝えればよいか明確になり、営業効率が向上しました！

部署間の交流が活発になり、従業員がいろいろな問題を自分ごととして捉えるようになりました！

自社の強みを生かすには業務効率の向上が必要だと気づき、IT導入を始めました！

社員のモチベーション向上（動機づけ）に繋がり、自主性が高まりました。

経験やノウハウ、取引先など自社の魅力を整理し、明確化できてよかったです！

現経営者と後継者が互いにロカベンに取り組み、結果を比べると、考え方の違いなどが顕在化し、事業の承継に役立ちました。

商工会議所から提案を受け、ロカベンを踏まえた経営計画を作成しました！

協力先を改めて見直したことで、より付加価値の高い商品を提供できるようになり、営業利益率が向上しました！

事業を見直して、自社の商品をもっと提供し続けたいと気づき、事業承継することにしました！

新商品開発など新たな事業展開にチャレンジしていきたいと思いました！

経営層と幹部社員のベクトル合わせができ、強固な組織となりました！

顧客提供価値から経営者の考えを整理できたことで、将来ビジョンを見える化することに繋がり、団結力が増しました！

【社外への効果】

金融機関との信頼関係が構築できた。また、事業の理解に基づく融資と本業支援が受けられるようになりました！

顧客提供価値や仕入先・協力先を選んでいる理由などを仕入先や協力先と共有したことで、仕入先・協力先を含めベクトルが合い、信頼関係が築けました！

ロカベンの情報をもとにHPや顧客用資料を再作成。新規取引先との交渉時に自社の信頼性を高められました！

国の施策や補助金の申請をする際にロカベンを添付資料として提出すると、経営についてしっかりと考えていると評価されました。

ビジネスマッチングの支援を受ける際に以前よりも具体的な企業を紹介してくれるようになりました！

採用活動において自社のことを求職者に明確に伝えられるようになり、採用後の離職率が下がりました！

金融機関との対話や資金調達の交渉が円滑に進みました！

協力会社に事業を理解されて協力体制が強化されました。

出所：「ローカルベンチマークガイドブック企業編」を基に当研究所で作成

3. ロカベン作成の参加者別のポイント

(1) 一人で取り組む場合

まずは経営者ご自身で取り組んでみることも良い。どこから取り組んでも、できるところから始めても構わない。一人で取り組むことで、経営者自身の考えを整理し、よく理解している部分とそうでない部分を明らかにできる。無理にすべての項目を埋めようとせず、一度作成したものを社内や社外の方々と共有し、より深めていくことが大切である。

(2) 社内で取り組む場合

社内の複数名の従業員とともに取り組む場合は、部署や年齢など様々な従業員を参加させることで、「自分は知っているが他人は知らない自社」、「他人は知っているが自分は知らない自社」の情報が交換され、本当の自社の姿がはっきりと見えてくる。また、従業員とともに取り組むことで、自社の魅力、課題などについて共通理解が得られ、今後の方向性を一致させることができる。

(3) 社外のメンバーと取り組む場合

社外のメンバー（支援機関や専門家、金融機関など）と取り組むことも良い。社内で取り組む場合と同様に社外から客観的に見た自社の情報や共通理解が得られることに加え、社外からの専門的な知見に触れることができる。また、今後の自社の取り組みに対して円滑な支援を受けることが可能になる。

企業は変化することにより成長していく存在である。その為には経営者が自社全体を振り返る機会を意識的に作り、現時点での魅力や対処すべき課題に気付くことが重要だ。経営者自身が健康状態を確認するために健康診断を受けるのと同様に企業経営についても定期的に自社を振り返る健康診断の機会を作っていただきたい。

(林 大祐)

<参考資料・ウェブサイト>

- ・経済産業省 ロカベン専用ホームページ
https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/
- ・経済産業省 ロカベンガイドブック（作成ガイド）
https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/guide.html